

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem ekonomi Islam melarang mempraktekkan riba serta akumulasi kekayaan hanya kepada pihak tertentu secara tidak adil, akan tetapi secara praktis bentuk produk dan jasa pelayanan, prinsip-prinsip dasar antar hubungan bank dan nasabah serta cara-cara berusaha yang halal masih perlu disosialisasikan secara luas keseluruh lapisan masyarakat.¹ Dalam konsep ekonomi Islam dikenal adanya istilah BMT. BMT adalah merupakan gabungan dari baitul dan baitul tanwil. Baitul mal adalah rumah dana yang berfungsi menampung, mengelola, dan mendistribusikan dana zakat, infak, sodaqoh serta dana sosial lainnya kepada yang berhak menerima sesuai dengan tuntunan agama.

Keberadaan BMT ditengah masyarakat diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara merata, melalui usahanya berbentuk simpan-pinjam atau kredit yang dijalankan berdasarkan sistem syari'ah untuk mengembangkan usaha-usaha produktif dalam meningkatkan kualitas dan produktifitas usaha anggota pengusaha dilingkungan BMT.² Pemasaran mempunyai peranan penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan sehari-hari.

¹Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori Ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm.224-225.

²Sofyan assauri. *Menejemen pemasaran (dasar, konsep, dan setrategi)*, (Jakarta: rajawali, 1992), hlm. 15.

Selain itu pemasaran memainkan peranan besar dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Pemasaran dapat merangsang penelitian dan gagasan baru yang menimbulkan barang dan jasa yang baru untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Setiap perusahaan selalu berusaha agar produk yang dihasilkan terjual sehingga tujuan dan sasaran perusahaan dapat tercapai, oleh karena itu sebagai falsafah bisnis, konsep pemasaran hendaknya bertujuan untuk memberikan kepuasan pada konsumen supaya suatu lembaga dapat dipercaya dan keberadaannya berumur panjang.

Realita kehidupan masyarakat saat ini mencerminkan telah terjadi pergeseran nilai etika dan bisnis. Melemahnya tingkat kejujuran, tanggungjawab sosial serta rendahnya rasa solidaritas dikalangan pengusaha. Selain itu juga munculnya gejala persaingan yang tidak sehat, suap, mengiming-imingi masyarakat dengan hadiah dan memberi harapan palsu atau saling saling mematikan pesaing dengan isu masyarakat merasa dirugikan oleh perusahaan. Misalnya sistem pemasaran yang tidak jujur dan layanan purna jual yang tidak memuaskan bahkan terjadi penipuan terhadap konsumen.

Lembaga keuangan syariah yang berwujud BMT sangat berkembang di zaman muda ini salah satunya BMT Surya Madani Boyolali. BMT yang terletak di kawasan ekonomi menengah kebawah ini tidak kalah bersaing dengan BMT yang sudah maju, karena BMT Surya Madhani juga menerapkan beberapa etika hukum islam sekaligus strategi pemasaran terhadap produk-produknya. Berdasarkan ini peneliti bermaksud melakukan penelitian tentang etika hukum islam dalam strategi pemasaran produk di BMT Surya Madani

dengan judul **“Etika Hukum Islam Dalam Strategi Pemasaran Produk BMT (studi kasus di BMT Surya Madani)”**.

B. Perumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang diatas maka masalah yang akan dijadikan pokok bahasan adalah “Bagaimana Etika hukum Islam dalam Strategi pemasaran produk BMT Surya Madhani?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin penulis capai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana etika hukum Islam dalam strategi pemasaran produk BMT Surya Madani dan mengetahui praktik pemasaran dilihat dari hukum Islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Untuk menambah khazanah keilmuan tentang bagaimana etika hukum Islam dalam strategi pemasaran produk BMT Surya Madani serta mengetahui praktik pemasaran dilihat dari hukum Islam.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan apabila nantinya berkecimpung didalam masyarakat, khususnya dalam

pemasaran produk BMT Surya Madhani apakah metode yang digunakan sudah sesuai dengan syari'at Islam apa belum.

2) Bagi BMT Surya Madani

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan serta dapat pula dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.

3) Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan, dan gambaran serta kajian penelitian lebih lanjut.